
Sosialisasi Manfaat Kemasan Produk UMKM di Kelurahan Kramas Kecamatan Tembalang Kota Semarang

^{1*}Dyah Corry Kuswardani, ²Wawan Setiawan, ³Lusa Mara

Universitas Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

dc.kuswardani@usm.ac.id

Abstrak

Kemasan produk, pada prinsipnya merupakan salah satu hal penting dan tidak bisa dipisahkan dari proses pemasaran dan distribusi produk serta sebagai satu satunya cara perusahaan membedakan produknya dengan produk pesaing. Identifikasi produk menjadi lebih efektif melalui kemasan, oleh karena itu kemasan harus dibuat menarik dan unik, agar diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen, yang berujung pada meningkatkan penjualan, Manfaat Kemasan Produk disosialisasikan pada pelaku UMKM di kelurahan Kramas Kecamatan Tembalang Kota Semarang karena sebagian besar masyarakatnya mempunyai usaha rumahan yang masih sangat sederhana dalam mengemas produk olahannya dan masih kurangnya memperhatikan higienitas. Output dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diantaranya peserta sosialisasi memperoleh wawasan kemasan produk dan menghasilkan pemahaman serta kemampuan mengemas produk lebih higienis dan komersial dan mampu menularkan kepada wirausaha baru di lingkungan kelurahan Kramas.

Kata Kunci : Kemasan Produk, Sosialisasi, UMKM

Abstract

Product packaging, in principle, is one of the important aspects inseparable from the product marketing and distribution process, serving as the only way for a company to differentiate its products from competitors' products. Product identification becomes more effective through packaging; therefore, packaging must be made attractive and unique in order to attract and capture the attention of consumers. This ultimately leads to increased sales. The benefits of product packaging are being promoted to micro, small, and medium-sized enterprises (UMKM) participants in the Kramas Village, Tembalang Sub-district, Semarang City, as the majority of them have home businesses that are still very basic in packaging their products and often overlook hygiene. The outcomes of community service activities include participants gaining insights into product packaging and acquiring the knowledge and skills to package products more hygienically and commercially. They can then pass on this knowledge to new entrepreneurs in the Kramas Village.

Keywords: Product Packaging, Socialization, Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (UMKM)

PENDAHULUAN

Kemasan produk, pada prinsipnya merupakan salah satu hal penting dan tidak bisa dipisahkan dari proses pemasaran dan distribusi produk. Pengemasan menurut Widiati, (2019) adalah proses yang terkait dengan rancangan dan kategorisasi produk, yang diartikan sebagai sesuatu yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk yang berada di dalamnya serta memberikan citra tertentu untuk membujuk penggunaanya. Beberapa ahli mendefinisikan pengemasan adalah salah satu kegiatan yang mencakup desain dan produk, sehingga kemasan yang ada pada produk tersebut bisa berfungsi dengan baik dan produk yang ada di dalamnya bisa terlindungi (Kotler dan Armstrong, 2020). Rodriguez (2018) menjelaskan bahwa kemasan produk adalah wadah yang mampu mengubah kondisi dari bahan pangan dengan adanya tambahan senyawa aktif, sehingga mampu memperpanjang umur.

Secara fungsi wujudnya harus merupakan kemasan yang mudah di mengerti sebagai suatu yang mudah dibawa, melindungi dan mudah di buka untuk benda maupun produk apapun. Kemasan harus berhasil dalam uji kelayakan sebagai fungsi pengemas, dapatkah menjaga produknya secara keseluruhan, dapatkah menjaga untuk mengkondisikan produk tersebut dalam jangka waktu tertentu dan karena perpindahan tempat. Fungsi kemasan dalam suatu produk, yaitu untuk keamanan produk yang dipasarkan, sebagai pembeda dari produk pesaing, kemasan dapat melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen, menjaga produk yang dikemas lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca serta kemasan dapat melaksanakan fungsi pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk

menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya dengan produk pesaing, oleh karena itu kemasan harus dibuat menarik dan unik, dengan demikian diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen, yang berujung pada meningkatkan penjualan.

Kantor kelurahan berlokasi di Jl. Mulawarman Raya Kelurahan Kramas, Kec. Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah yang secara administratif merupakan salah satu wilayah dari 12 Kelurahan wilayah Kecamatan Tembalang. dengan 28 RT dan 6 RW. Jumlah Penduduk ±3.450 jiwa dengan 986 KK, terdiri dari laki-laki 1.743 Jiwa, Perempuan 1.707 Jiwa, dengan sebaran usia 0-15 sebesar 1.338 Jiwa, Usia 15-65 sebanyak 2.068 Jiwa dan Usia diatas 65 sejumlah 44 Jiwa. Prasarana pendidikan yang dimiliki kelurahan Kramas kecamatan Tembalang adalah Paud 1 buah, TK 1 buah dan SD 1 buah, sementara Prasarana ibadah Masjid 5 buah, Mushola 8 buah dan Gereja 1 buah. Prasarana umum meliputi Olahraga 1 buah, Kesenian/Budaya 2 buah dan Balai Pertemuan 1 buah.

Kegiatan sosialisasi manfaat kemasan dilakukan untuk mendukung salah satu misi Kelurahan Kramas, rencananya akan disampaikan pada ibu-ibu PKK di lingkungan Kelurahan Kramas. Gerakan PKK merupakan Gerakan Nasional dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari bawah, yang pengelolaannya dari, oleh dan untuk masyarakat. Pemberdayaan Keluarga meliputi segala upaya Bimbingan, Pembinaan dan Pemberdayaan agar keluarga dapat hidup sejahtera, maju dan mandiri. Tim Penggerak PKK adalah Mitra Kerja Pemerintah dan Organisasi Kemasyarakatan, yang berfungsi sebagai fasilitator, perencana, pelaksana, pengendali dan penggerak pada masing – masing jenjang demi terlaksananya program PKK. Tim Penggerak PKK adalah warga masyarakat, baik laki – laki maupun perempuan, perorangan, bersifat sukarela, tidak mewakili organisasi, golongan, parpol., lembaga, atau instansi, dan berfungsi sebagai perencana, pelaksana, dan pengendali gerakan PKK.

Gerakan PKK bertujuan memberdayakan keluarga untuk meningkatkan kesejahteraan menuju terwujudnya keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat sejahtera, maju dan mandiri, kesetaraan dan keadilan gender serta kesadaran hukum dan lingkungan. Sasaran gerakan PKK adalah keluarga, baik di pedesaan maupun perkotaan yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan kemampuan dan kepribadiannya, dalam bidang (1) Mental spiritual meliputi sikap dan perilaku sebagai Insan hamba Tuhan, anggota masyarakat dan warga negara yang dinamis serta bermanfaat, berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. (2) Fisik material meliputi pangan, sandang, papan, kesehatan, kesempatan kerja yang layak serta lingkungan hidup yang sehat dan lestari melalui peningkatan pendidikan, pengetahuan dan keterampilan.

Pemilihan Ibu ibu PKK dalam sosialisasi ini diharapkan mereka dapat memahami manfaat pengemasan pada produk yang dihasilkan agar dapat lebih diterima pasar sasaran, yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah produk yang terjual sehingga berujung pada meningkatnya pendapatan keluarga. Sosialisasi yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan bentuk ketertarikan dan darma bakti Perguruan Tinggi dalam pembangunan bangsa.

Berdasarkan informasi dari pihak kelurahan Kramas dapat diidentifikasi bahwa ibu ibu PKK di Kelurahan Kramas mempunyai usaha rumahan yang masih sangat sederhana dalam mengemas produk olahannya, sehingga perlu diberikan pemahaman manfaat pengemasan produk terutama makanan dan atau minuman. Permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah masih sangat sederhana kemasan produk olahan dan masih kurangnya memperhatikan higienitas yang dapat berdampak pada kemungkinan memberikan efek negatif setelah mengkonsumsi produk olahan yang kurang memperhatikan kemasan yang higienis.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat meliputi

Tahap Persiapan

Tahap Persiapan diawali dengan melakukan survey ke lokasi kegiatan, yaitu Kelurahan Kramas untuk mendapatkan gambaran yang obyektif dan faktual dari masyarakat sekaligus mitra kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Perencanaan kegiatan merupakan kelanjutan

setelah tahap persiapan melalui survey. Perencanaan kegiatan meliputi (1) membuat jenis dan jadwal kegiatan, (2) pemilihan dan penentuan media, (3) menyiapkan materi setiap kegiatan, (4) menentukan penanggung jawab dan pelaksana setiap kegiatan.

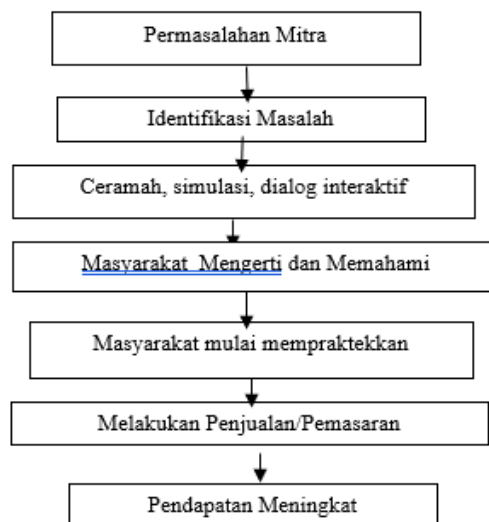
Tahap Kegiatan

Pengabdian masyarakat direncanakan dengan menghadirkan ibu ibu PKK di Kelurahan Kramas Kecamatan Tembalang yang ingin memperoleh pengetahuan tentang pengemasan produk olahan terutama makanan dan atau minuman. Pengabdian dilakukan dengan melakukan sosialisasi pentingnya memperhatikan kemasan. Langkah-langkah operasional yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan antara lain:

- Ceramah terkait mensosialisasikan pentingnya pengemasan dan manfaatnya
- Diskusi dan Tanya jawab berkaitan dengan manfaat dan fungsi pengemasan
- Menentukan atau memilih cara mengemas produk olahan makanan dan atau minuman

Tahap evaluasi

Tahapan terakhir dari pengabdian kepada masyarakat adalah melakukan evaluasi kegiatan untuk mengukur keberhasilan yang dicapai dan kekurangannya. Metode Pelaksanaan seperti terlihat dalam Gambar 3.1



Gambar 3.1 Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Realisasi Pelaksanaan Kegiatan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan secara *offline* dengan protocol kesehatan yang relative ketat, seperti harus memakai masker, duduknya diberi sedikit jarak dan masuk ruangan setelah mencuci tangan karena masih dalam masa pemulihan pandemic covid-19. Pertimbangan yang dipergunakan tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan *offline* untuk memudahkan penyampaian materi ceramah dan simulasi serta dialog interaktif tentang selling skill, dengan membatasi jumlah peserta sebanyak 20 orang. Aula Kantor Kelurahan Kramas digunakan sebagai media kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat agar kegiatan yang membutuhkan ruangan yang terbuka dengan sirkulasi udara cukup untuk melaksanakan kegiatan dapat terpenuhi.

Kegiatan sosialisasi manfaat kemasan produk UMKM ditujukan kepada tim penggerak PKK yang memiliki usaha mandiri di kelurahan Kramas Kecamatan Tembalang Kota Semarang dengan harapan anggota tim tersebut mampu memahami manfaat kemasan produk UMKM dan menularkannya pada wirausaha baru di wilayah kelurahan Kramas. Langkah awal sebelum melakukan sosialisasi melalui ceramah adalah melakukan observasi wilayah yang tepat sebagai sasaran Tim PkM Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. Diskusi dengan ketua penggerak PKK

kelurahan Kramas Kecamatan Tembalang Kota Semarang merupakan upaya Tim PkM untuk memperoleh informasi riil agar Tim PkM tepat guna dan tepat sasaran memberikan sosialisasi. Langkah terakhir yang dilakukan Tim PkM adalah menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan Tim Pengabdian kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Semarang pada tanggal 30 Nopember 2022 dimulai jam 09.00 sampai dengan jam 12.15. Tahapan kegiatan diawali dengan memberikan penjelasan kemasan produk melalui ceramah dengan media LCD, yang meliputi (1) Tujuan Produk perlu dikemas, (b) Manfaat komersial dan higienitas kemasan produk, (c) Model kemasan produk, (d) Langkah Riil. Tahapan yang kedua dialog interaktif.



Gambar 1. Ceramah sosialisasi kemasan produk

Sasaran Pengabdian kepada Masyarakat

Sasaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah Tim Penggerak PKK Kelurahan Kramas Kecamatan Tembalang Kota Semarang, dengan bentuk kegiatan sosialisasi kemasan produk. Jumlah peserta kegiatan PkM 20 orang yang mewakili Kelurahan Kramas Kecamatan Tembalang Kota Semarang.



Gambar 2. Sasaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Output dan Outcome

Output dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat antara lain :

- a. Peserta penyuluhan memperoleh wawasan tentang pentingnya kemasan produk
- b. Sosialisasi dapat menghasilkan pemahaman dan kemampuan mengemas produk lebih higienis dan komersial dan mampu menularkan kepada wirausaha baru di lingkungan kelurahan Kramas.
- c. Evaluasi sosialisasi menggunakan beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh peserta, dan sebagai apresiasi diberikan *doorprize*

Outcome yang diperoleh dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diantaranya :

1. Program Pengabdian kepada Masyarakat berupa sosialisasi kemasan produk dapat memperoleh pengetahuan manfaat kemasan yang komersial dan higienis dan kemampuan menularkan kepada wirausaha lain.
2. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan berakibat kesadaran masyarakat berani membuat kemasan yang lebih higienis dan komersial sehingga dapat meningkatkan jumlah unit yang terjual dan berujung pada menambah penghasilan keluarga
3. Universitas Semarang, khususnya Fakultas Ekonomi semakin dikenal masyarakat akan kepedulian pentingnya kemasan produk UMKM.

KESIMPULAN

Program Sosialisasi Kemasan Produk UMKM dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun dan mematuhi protokol kesehatan. Kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik, terbukti dengan keaktifan peserta mengikuti ceramah, dan dialog interaktif dan tanya jawab sampai waktu sosialisasi berakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2003). *Kemasan Flexibel*. Direktorat Jenderal Industri Dan Dagang Kecil Menengah. Departemen Perindustrian Dan Perdagangan.
http://idkm.dprin.go.id/files/docs/pelatihan/kemasan/modul_2.doc.
- Anonim. (2006). Bahaya di Balik Kemasan Plastik. Badan Ketahanan Pangan. Sumatera Utara.
http://www.bahanpang.sumutprov.go.id/ardet.php?idx_hotnews=32
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang, Kecamatan Tembalang Dalam Angka 2019
<https://semarangkota.bps.go.id/publication/2019/09/26/4c4509703f28dcac551c94f6/kecamatan-Ngaliyan-dalam-angka-2019.html>
- Brown, W. E. (1992). *Plastics in Food Packaging*. Marcel Dekker, Inc. New York.
- Hardman. (1989). *Water and Food Quality*. Elsevier Science Publishers Ltd. London
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- Hayes, P. R. (1992). *Food Microbiology and Hygiene*. Elsevier Science Publisher. New York.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147-153.
- Susetyarsi, 2012, kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang, *jurnal stie semarang*, vol 4, no 3, Edisi Oktober 2012 (ISSN : 2252-7826)
- Widiati, A, 2019, peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) dimaspak terminal kemasan pontianak, *Jurnal Audit dan Akuntansi*, Fak. Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Vol. 8, No. 2, 67-76